

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК. 332.1
ГРНТИ 06.75.00

**Цифровой франчайзинг: инструмент развития
в отраслях, комплексах и сферах деятельности
национального хозяйства России**

Н.В. Лясников,
д.э.н., профессор
e-mail: acadra@yandex.ru

А.Н. Анищенко, к.э.н.
e-mail: anishchenko-an@mail.ru

Аннотация

Предмет/тема. В статье рассматривается содержание концепции «цифровой франчайзинг» как новой формы эффективной организации и управления бизнес-процессами. **Цель и задачи исследования** – провести макроэкономический анализ ситуации на рынке электронной торговли, происходящей в сети интернет и др. **Методология.** В исследовании применялись: общенаучный диалектический метод научного познания, а также некоторые специальные методы исследования: историко-правовой, сравнительный, статистический, метод обобщения и другие. **Результаты.** В статье раскрыта сущность понятия «цифровой франчайзинг». Обоснован факт, что для целей интеграции новых бизнес-моделей в общую экономику необходимо приведение нормативной и налоговой базы в соответствие, что позволит взаимодействовать участникам наиболее эффективно. Определены перспективы развития «цифрового франчайзинга» в России. **Выводы/значимость.** В рамках исследования сделан вывод, что с развитием электронной коммерции наблюдается развитие и цифрового франчайзинга. Под «цифровым франчайзингом» подразумевается особая форма межорганизационной кооперации. Такая кооперация базируется на передаче одним субъектом (франчайзером) другому субъекту (франчайзи) в пользование интеллектуальной собственности, обладающей всеми свойствами несетевого франчайзинга. Главной спецификой рассматриваемого вида кооперации является то, что формирование и функционирование франчайзинговой сети происходит в Интернете. В условиях развития цифровой экономики франчайзеры должны адаптировать свои франчайзинговые системы для обеспечения последовательного стандарта предложения бренда и контроля за тем, как франчайзи проводят омниканальные продажи и рекламу по всем каналам, включая социальные сети.

Ключевые слова: цифровизация, франчайзинг, управление, развитие, отрасли, национальное хозяйство.

Статья подготовлена в рамках государственного задания ИПР РАН, тема НИР «Социально-экономическое и научно-технологическое развитие на различных уровнях управления в отраслях, комплексах и сферах деятельности национального хозяйства России».

DOI: <https://doi.org/10.33051/2500-2325-2020-1-81-89>

Введение

Помимо национального интеллектуального капитала, к числу ключевых конкурентных преимуществ страны в настоящее время относятся: дигитализация и технологизация, то есть переход экономики и социальной сферы на активное использование цифровых и информационно-коммуникационных технологий. Вышеуказанные конкурентные преимущества требуют разработки и внедрения в практическую плоскость новейших инновационных технологий управленческого воздействия [4].

Постиндустриальному этапу свойственен переход к информационной экономике и активное развитие электронного пространства. Развитые страны мира уделяют большое внимание развитию цифровой экономики. Рост и расширение цифрового сектора характеризуется внушительной скоростью. Каждый день пользователей цифровых технологий становится все больше. По некоторым оценкам такая тенденция будет сохраняться еще очень долго. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – мощный драйвер развития любой сферы, включая образование, здравоохранение, логистику, торговлю и производство. Передовые успешные предприятия и корпорации усматривают во внедрении цифровых и информационно-коммуникационных технологий важнейший фактор, способствующий укреплению национальных преимуществ и активизации инновационного развития.

Цифровая экономика предоставляет предпринимателям следующие преимущества:

- взаимодействие участников сосредотачивается на Платформах «Цифровой экономики»;
- прямое взаимодействие производителей и потребителей;
- персонализированные сервисные модели;
- экономика совместного пользования;
- повышение роли индивидуальных участников.

Примеры активно растущих компаний, в основе которых функционируют бизнес-модели, построенные на цифровых платформах - Uber, Airbnb, Amazon, Aliexpress, Яндекс-такси.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) оказывают непосредственное влияние на развитие общества, становясь основным средством коммуникаций и охватывая многие сферы человеческой жизнедеятельности.

Результаты

Рост электронной коммерции и расширение виртуального пространства спровоцировали эволюцию потребительского поведения. В связи с увеличением информационного потока и развитием технологий ускорился ритм жизни людей. Многие предпочитают делать покупки онлайн – не выходя из дома или офиса. Интернет-технологии стали важной частью жизни современного потребителя, для которого огромным значением при принятии решения о покупке обладают такие факторы, как доступность, скорость, удобство и ценностное предложение.

По оценкам компании «Mediascore», в 2019 г. аудитория Рунета достигла 93 миллионов человек. Ее рост за последние 3 года составил 7%. В основном, рост был обусловлен благодаря пользователям старшего возраста и технологии мобайл. Анализ данных за период с сентября 2018 года по февраль 2019 г. показывает, что около 76% населения старше 12 лет пользовались интернетом хотя бы один раз в месяц [1].

Эволюция потребительского поведения привела к тому, что все больше компаний стало переводить свою деятельность в интернет. Цифровой маркетинг стал более эффективным способом привлечения новых клиентов. Благодаря цифровому маркетингу расширяются возможности выхода на новые рынки, поддержания лояльности клиентов и расширения объемов продаж.

Здесь особенно важно отметить, что Интернет выполняет не только коммуникативные функции, но и также предоставляет возможность ведения полноценной коммерческой деятельности, а именно осуществлять платежи, что связано со структурными изменениями в сетевой экономике и появлением рынка электронной коммерции.

Отрасль интернет-торговли – одна из наиболее активно развивающихся. Темпы ее развития в последние годы поражают. Интернет-торговля – это продажа услуг и материальных товаров через интернет. Продавец может охватить более широкую группу потребителей, так как интернет позволяет продавать товары и услуги за пределами страны производства. Главное

преимущество интернет-торговли – возможность выхода на международные рынки (Алиэкспресс, Амазон, Ебай и т.д.).

На современном этапе электронная торговля (интернет-торговля) – неотъемлемая часть экономики и основная форма коммерции. Ежегодно на рынок электронной торговли выходят тысячи новых игроков.

Развитие мирового рынка интернет-торговли происходит более стремительно в сравнении с реальным сектором. Несмотря на незначительное сокращение темпов его роста, в 2018 г. его объём оценивали уже приблизительно в 2,8 трлн. долл.[15].

Динамика мирового рынка электронной коммерции представлена на рис. 1.

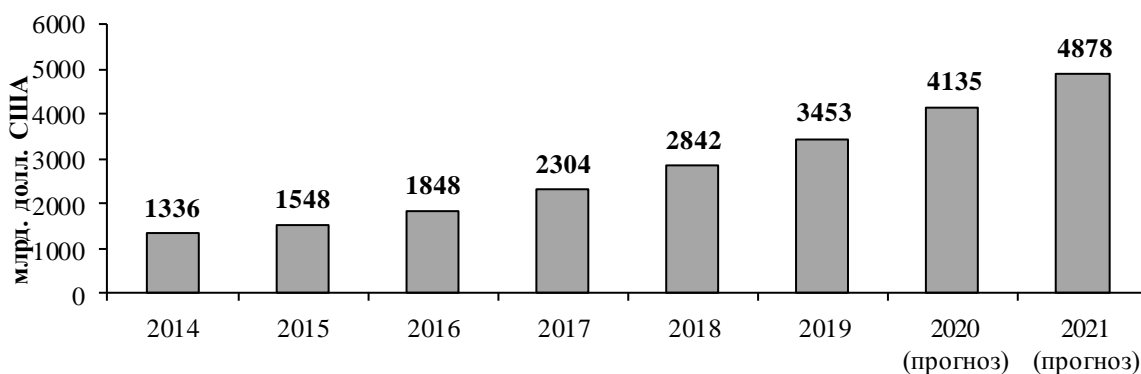


Рис. 1. Динамика мирового рынка электронной коммерции в 2014-2019 гг. и прогноз до 2021 г. [15]

Доходы от электронной торговли, по прогнозам, вырастут до 4,88 трлн. долларов США в 2021 году. Развитие интернет-торговли в макрорегионах происходит по-разному. Лидирующую позицию в регионе занимает Азиатско-Тихоокеанский регион. По обороту электронной торговли АТР в 2 раза обгоняет Северную Америку (по большей части, благодаря Китаю). Данная тенденция обусловлена информатизацией и активным ростом экономики Азиатских стран [13].

Десять стран-лидеров по объемам продаж в электронной коммерции в 2017 г. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Десять стран-лидеров по объемам продаж в электронной коммерции, 2017 год [9]

№	Экономика	Общий оборот (млрд.\$)	Доля в ВВП (в%)	В2В (млрд.\$)	Доля в общем объеме электронной коммерции	В2С (млрд.\$)	Среднегодовые расходы он-лайн-покупателя(\$)
1	США	8,883	46	8,129	90	753	3,851
2	Япония	2,975	61	2,828	95	147	3,248
3	Китай	1,931	16	869	49	1,062	2,574
4	Германия	1,503	41	1,414	92	88	1,668
5	Республика Корея	1,290	84	1,220	95	69	2,983
6	Великобритания	755	29	548	74	206	4,658
7	Франция	734	28	642	87	92	2,577
8	Канада	512	31	452	90	60	3,130
9	Индия	400	15	369	91	31	1,130

Продолжение табл. 1

№	Экономика	Общий оборот (млрд.\$)	Доля в ВВП (в%)	В2В (млрд.\$)	Доля в общем объеме электронной коммерции	В2С (млрд.\$)	Среднегодовые расходы он-лайн-покупателя(\$)
10	Италия	333	17	310	93	23	1,493
	Итого по 10 государствам	19,315	36	16,782	87	2,533	2,904
	Мировое сообщество	29,367		25,516		\$3,851	

Список 10 мировых лидеров электронной коммерции за последние два года практически не изменился. К ним относятся: США, Япония, Китай, Германия, Республика Корея, Великобритания, Франция, Канада, Индия, Италия.

В соответствии с данными «Data Insight», доля интернет торговли в РФ в 2018 г. составила 2,5 процента. По доле импортированных интернет-покупок показатель России составляет 43%. Ее опережает только Ближний Восток и Африка с показателем 50%. Пользователями Рунета является 74% населения. Из них 86% пользуются сетью ежедневно. Объемы прироста рынка онлайн-торговли ежегодно повышаются. Пять лет назад он увеличивался на 100 миллиардов рублей в год. В 2018 г. его рост составил 185 миллиардов рублей. При сохранении существующего тренда к 2023 г. рынок расширится более чем вдвое – до 2,4 трлн. руб. при среднегодовом темпе роста +16 процентов (2019–2023 годы) [6].

В последние годы существенно расширился ассортимент виртуальных товаров, которые недоступны для реального сектора экономики. Это еще один шаг на пути развития сектора цифровой экономики в России и в мире. В настоящее время еще не сформулировано точного и единообразного определения таких товаров, которые реализуются в соответствии с законами, отличающимися от общепринятых. Современные экономисты уделяют недостаточно внимания изучению и анализу рынка виртуальной реальности. При этом данный рынок является многоаспектным и включает не только продажу продуктов, связанных с развлечениями и играми, но также и реализацию технологий виртуальной и дополненной (VR и AR) реальности. Такие технологии уже довольно давно и успешно используются в разных сферах, в том числе, в образовательной и медицинской [3].

Продажи в Интернете пользуются большой популярностью еще и потому, что такой вид торговли до 2018 г. не облагался налогом ни для потребителей, ни для продавцов. В 2018 году ситуация изменилась. Так, например, в половине американских штатов в прошлом году ввели налог на продажи через интернет. Во второй половине штатов это сделают в 2019 году. Amazon уже собирает налог с продаж в каждом штате Америки на продукты, которые они продают напрямую, и поощряют продавцов продавать через Amazon, чтобы избежать сложностей, связанных с законодательством.

Согласно прогнозам «eMarketer», в ближайшее время планируется резкий рост количества покупок, в т.ч. благодаря усилению ценовой конкуренции между участниками рынка. Сказанное обуславливается тем обстоятельством, что у онлайн-потребителей имеется возможность провести сравнение цен разных продавцов (в т.ч. в формате «маркетплейс»). Это выступает главным драйвером для частого и регулярного проведения акций электронными и традиционными ритейлерами [14].

Согласно отечественному законодательству, электронная торговля трактуется как дистанционная продажа материальных товаров. Причем товары могут быть самыми разными – от продуктов питания и косметики, до строительных материалов, мебели и сантехники. Более полно значение рассматриваемого понятия раскрывается в Постановлении Правительства РФ № 612 от 27.09.2007 г. «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» [11]. В этом законодательном документе понятие «электронная торговля» используется для обозначения дистанционной продажи товаров на основании договора розничной купли-

продажи. Заключение договора при этом происходит на основе ознакомления потенциального покупателя с описанием товара посредством использования [12].

Объем российского рынка электронной торговли в 2018 г. составлял 1150 миллиардов рублей. Динамика развития Интернет-торговли в РФ представлена на рис. 2.

Темпы прироста рынка интернет-торговли к 2018 г. снизились: если в 2013-2014 гг. они составляли 32-35%, то к 2017-2018 гг. снизились до 19-20%.

По мнению участников рынка, тенденция снижения роста интернет-торговли обусловлена замедлением в сегменте трансграничной торговли, а также общим спадом покупательной способности граждан согласно некоторым оценкам, в 2020 году ожидается новое ускорение роста интернет-ритейла в РФ [6].

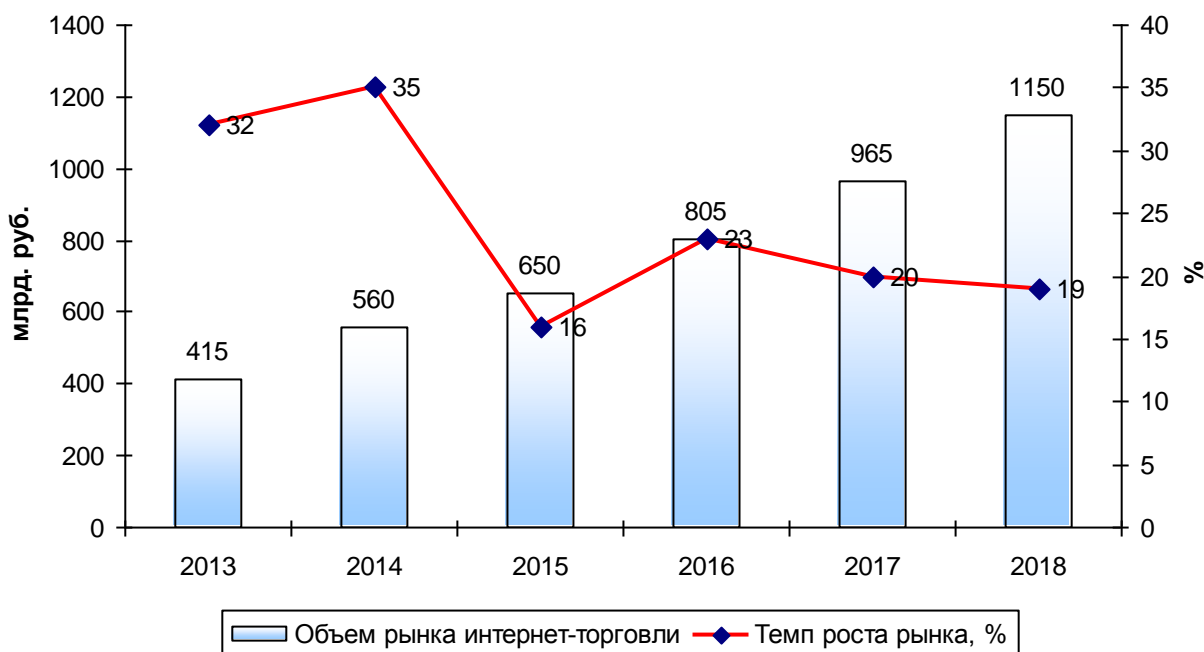


Рис. 2. Динамика развития Интернет-торговли в РФ 2013-2018 гг. [6]

Рост интернет-торговли обеспечивается увеличением количества заказов. При этом происходит снижение среднего чека [5].

В 2018 году российскими гражданами было сделано более 589,6 миллионов заказов, что на 22 процента превышает уровень 2017 года. Тем не менее, рынок интернет-торговли еще не достиг уровня 2014 г., в котором было продано товаров на сумму 16,9 миллиардов долл. США. Иностранные продавцы на мировом рынке Интернет-торговли снизили свою активность. Это не касается продавцов из Китая, вышедших на рынок вместе с инфраструктурой и торгующих, в т.ч. российскими товарами [7].

Выделим основные типы игроков современного российского рынка электронной торговли:

- маркетплейсы и универсальные магазины, характеризующиеся наличием большой аудитории, эффективным CRM и внушительным ассортиментом;
- агрессивные сети оффлайн, характеризующиеся наличием своей аудитории, большим количеством денег, а также таким эффективным каналом, как «отпн» [7].

В настоящее время наиболее распространены такие формы e-commerce, как B2E, B2B, B2C, C2C, B2G. Развитие в РФ электронной коммерции подкрепляется и предложением, и спросом. Также имеет место охотное инвестирование стартапов, связанных с электронной торговлей.

Для малого предпринимательства, развивающего собственное дело в условиях «Цифровой экономики», определяющими будут являться цифровые компетенции, а также свободный и своевременный доступ к данным. Этим предполагается наличие цифровых платформ, требуемых для развития цифрового направления предпринимательства и ведения бизнес-деятельности.

Основными факторами роста отечественной e-торговли является увеличение показателя проникновения глобальной сети Интернет и увеличения доли онлайн-покупателей.

Основными факторами, которые способствуют развитию цифрового бизнеса, выступают:

- появление новых рынков, отраслей, новых товаров;
- появление цифровых платформ и технологий;
- среда, которая создает условия для развития цифрового бизнеса.

Еще одна тенденция развития электронной коммерции в России – возникновение M-commerce [10].

В 2015 г. M-commerce находился на этапе становления, но за три года набрал довольно серьезные обороты. Согласно данным «Data Insight», в 2017 году около 53% пользователей совершали покупки через смартфон. При этом должно учитываться то обстоятельство, что совершение покупок с использованием смартфона зависит, прежде всего, от возраста (например, для лиц младше 25 лет смартфоны – основной инструмент совершений online-покупок) [6].

В настоящее время наблюдается повсеместное внедрение систем многоуровневой верификации электронных платежей. При совершении покупки в глобальной сети Интернет платеж за товар или услугу «замораживают» на счете банка, пока покупатель не подтвердит получение товара. Это позволяет сделать платежи в сети более безопасными, повысив интерес к покупкам онлайн. Рост скорости мобильного Интернет может привести к росту e-покупок с телефонов и планшетов. Большие надежды возложены на повсеместное внедрение 5G, которое должно завершиться к 2020 г.

Выводы

Таким образом, потенциал роста цифровой экономики и цифровой торговли в России обусловлен активностью Интернет-пользователей; деятельностью органов государственной власти в области разработки нормативных правовых актов в отрасли Интернет-экономики; развитием интернет-инфраструктуры; уровнем развития субъектов среднего и малого предпринимательства в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Одним из наиболее динамично развивающихся направлений на современном этапе является предпринимательство в сфере электронной коммерции. Данное направление ежегодно расширяется, вовлекая все больше предпринимателей. По всей видимости, это обусловлено желанием бизнесменов использовать в своей деятельности современные цифровые технологии и ИКТ. Такое желание вполне понятно, так как благодаря современным технологиям гораздо легче добиться успешности в бизнесе.

Электронная коммерция позволяет компаниям глобализировать деятельность бизнеса вне зависимости от своего географического расположения, а также снижать экономические издержки благодаря высокой эффективности коммуникативных свойств глобальной сети.

Анализ развития Интернет-торговли в России показал, что она имеет положительную динамику, несмотря на снижение темпов роста в 2017-2018 гг. Растет доля трансграничной Интернет-торговли.

Развитие предпринимательства в условиях роста интернет-торговли и развития электронной коммерции выступают основными предпосылками развития цифрового предпринимательства и цифрового франчайзинга.

Литература

1. Аудитория Рунета выросла на 7 % за три года. [Электронный ресурс]. – URL: <https://mediascope.net/news/1035826/> (Дата обращения: 04.11.2019).
2. Гаврилов Ц.Б. Основные тенденции современной международной миграции // Власть. – 2016. – № 10. – С. 13-18.
3. Гудкова Т.В. Цифровые технологии фирмы, ключевого звена американской экономики

// США и Канада: экономика, политика, культура. – 2019. – Выпуск № 11. – С. 63-75. [Электронный ресурс]. Доступ для зарегистрированных пользователей. – URL: <http://ras.jes.su/usa-canada/s032120680003606-0-1> (Дата обращения: 03.11.2019).

4. Дудин М.Н., Шахова М.С. Цифровой франчайзинг как особая форма предпринимательства в условиях цифровизации общества // Экономика и социум: современные модели развития. – М.: Издательство: Издательский дом «БИБЛИО-ГЛОБУС». – 2018. – Том 8. – № 3 (21). – С. 36-47.

5. Data Insight: интернет-торговля в России 2018. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/data-insight-internet-torgovlya-v-rossii-2018/> (Дата обращения: 03.11.2019).

6. Интернет-торговля в России 2018. [Электронный ресурс]. – URL: http://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018.pdf (Дата обращения: 03.11.2019).

7. Интернет-торговля в России 2017: цифры и факты. [Электронный ресурс]. – URL: <http://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10...Интернет-торговли...> (Дата обращения: 03.11.2019).

8. Официальный сайт Ассоциации компаний Интернет-торговли. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.akit.ru> (Дата обращения: 03.11.2019).

9. Официальный сайт Национальной ассоциации дистанционной торговли. [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.ecomrussia.ru/novosti/2017/oborot-mirovogo-ecommerce-sostavil-\\$29-trilliona.html](http://www.ecomrussia.ru/novosti/2017/oborot-mirovogo-ecommerce-sostavil-$29-trilliona.html) (Дата обращения: 03.11.2019).

10. Orendorff A. What Is the Future of Ecommerce? 10 Insights on the Evolution of an Industry. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.shopify.com/enterprise/the-future-of-ecommerce> (Дата обращения: 03.11.2019).

11. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом».

12. Сурин И.М. Электронная торговля: состояние, проблемы и перспективы // В сборнике: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей XIX Международной научно-практической конференции: в 2 ч. – 2019. – С. 116-118.

13. Статистические данные исследовательского агентства «J'son & Partners Consulting». [Электронный ресурс]. – URL: www.json.ru/markets_research/new_research (Дата обращения: 03.11.2019).

14. Статистические данные исследовательского агентства «e-Marketer». [Электронный ресурс]. – URL: <https://emarketer.com/> (Дата обращения: 03.11.2019).

15. Statista.com. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (Дата обращения: 03.11.2019).

Об авторах

Лясников Николай Васильевич, д.э.н., профессор, главный научный сотрудник, Институт проблем рынка РАН, Москва.

Анищенко Алеся Николаевна, к.э.н., заведующая лабораторией стратегического развития агропромышленного комплекса, Институт проблем рынка РАН, Москва.

Для цитирования

Лясников Н.В., Анищенко А.Н. Цифровой франчайзинг: инструмент развития в отраслях, комплексах и сферах деятельности национального хозяйства России // Проблемы рыночной экономики. – 2020. – № 1. – С. 81-89.

DOI: <https://doi.org/10.33051/2500-2325-2020-1-81-89>

Digital franchising: a development tool in the sectors, complexes and fields of activity of the national economy of Russia

Nikolaj V. Lyasnikov,
Dr. of Sci. (Econ.), Professor
e-mail: *acadra@yandex.ru*

Alesya N. Anishchenko,
Cand. of Sci (Econ.)
e-mail: *anishchenko-an@mail.ru*

Annotation

Subject/topic. The article considers the content of the concept of «digital franchising» as a new form of effective organization and management of business processes. **The purpose and objectives** of the study is to conduct a macroeconomic analysis of the situation on the e-Commerce market, taking place on the Internet, etc. **Methodology.** The study used: General scientific dialectical method of scientific knowledge, as well as some special research methods: historical-legal, comparative, statistical, generalization method, and others. **Results.** The article reveals the essence of the concept of «digital franchising». It is proved that for the purpose of integrating new business models into the General economy, it is necessary to bring the regulatory and tax base into line, which will allow participants to interact most effectively. Prospects for the development of "digital franchising" in Russia are defined. **Conclusions/significance.** The study concluded that with the development of e-Commerce, there is also a development of digital franchising. «Digital franchising» refers to a special form of inter-organizational cooperation. Such cooperation is based on the transfer of one entity (franchisor) to another entity (franchisee) for the use of intellectual property that has all the properties of non-network franchising. The main specificity of this type of cooperation is that the formation and functioning of the franchise network is carried out on the Internet. In the context of the digital economy, franchisors must adapt their franchise systems to ensure a consistent standard of brand offering and control over how franchisees conduct online sales and advertising across all channels, including social network.

Keywords: *digitalization, franchising, management, development, industries, national economy*

The article is prepared within the framework of the state task of the IPR RAS, theme is «Socio-economic and scientific-technological development at different levels of management in industries, complexes and spheres of activity of the national economy of Russia»

References

1. The Runet audience has grown by 7% in three years. [Electronic resource]. – URL: <https://mediascope.net/news/1035826/> (Access date: 04.11.2019, In Russian).
2. Gavrilov C.B. The main trends of modern international migration // Power. – 2016. – No. 10. – Pp. 13-18. (In Russian).
3. Gudkova T.V. Digital technologies of the company, a key element of the American economy // USA and Canada: Economics, Politics, Culture. – 2019. – Issue No. 11. – C. 63-75. [Electronic resource]. Access for registered users. – URL: <http://ras.jes.su/usa-canada/s032120680003606-0-1> (Access date: 03.11.2019, In Russian).
4. Dudin M.N., Shakhova M.S. Digital franchising as a special form of entrepreneurship in a digitalized society // Economics and society: modern development models. – M.: Publisher: Publishing House «BIBLIO-GLOBUS». – 2018. – Vol. 8. – No. 3 (21). – Pp. 36-47. (In Russian).
5. Data Insight: online trading in Russia 2018. [Electronic resource]. – URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/data-insight-internet-torgovlya-v-rossii-2018/> (Access date: 03.11.2019, In Russian).

6. Internet trading in Russia 2018. [Electronic resource] – URL: http://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018.pdf (Access date: 03.11.2019, In Russian).
7. Internet commerce in Russia 2017: figures and facts. [Electronic resource]. – URL: [dcenter.hse.ru ›data / 2017/03/10 ...](http://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10...) Internet trading ... (Access date: 03.11.2019, In Russian).
8. The official website of the Association of Internet-trading companies. [Electronic resource]. – URL: <http://www.akit.ru> (Access date: 03.11.2019, In Russian).
9. The official website of the National Association of Distance Trading. [Electronic resource]. – URL: <http://www.ecomrussia.ru/novosti/2017/oborot-mirovogo-ecommerce-sostavil-29-trilliona.html> (Access date: 03.11.2019, In Russian).
10. Orendorff A. What Is the Future of Ecommerce? 10 Insights on the Evolution of an Industry. [Electronic resource] – URL: <https://www.shopify.com/enterprise/the-future-of-ecommerce> (Access date: 03.11.2019, In English).
11. Decree of the Government of the Russian Federation of September 27, 2007 No. 612 (as amended on October 4, 2012) «On the approval of the Rules for the sale of goods by remote means». (In Russian).
12. Surin I.M. E-commerce: status, problems and prospects // In the collection: Fundamental and applied research: current issues, achievements and innovations. Collection of articles of the XIX International Scientific and Practical Conference: at 2 hours. – 2019. – Pp. 116-118. (In Russian).
13. Statistical data of the research agency «J'son & Partners Consulting». [Electronic resource]. – URL: [www.json.ru / markets_research / new_research](http://www.json.ru/markets_research/new_research) (Access date: 03.11.2019, In Russian).
14. Statistical data of the research agency «e-Marketer». [Electronic resource]. – URL: <https://marketer.com/> (Access date: 03.11.2019, In Russian).
15. Statista.com [Electronic resource]. – URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (Access date: 03.11.2019, In English).

About authors

Nikolaj V. Lyasnikov, Dr. of Sci. (Econ.), Professor, Principal Researcher, Market Economy Institute of the RAS, Moscow

Alesya N. Anishchenko, Cand. of Sci. (Econ.), Head of Laboratory, Market Economy Institute of RAS, Moscow.

For citation

Lyasnikov N.V., Anishchenko A.N., Digital franchising: a development tool in the sectors, complexes and fields of activity of the national economy of Russia // Market economy problems. - 2020. – No. 1. - P. 81-89 (In Russian).

DOI: <https://doi.org/10.33051/2500-2325-2020-1-81-89>